

PENGARUH KUALITAS LAYANAN STREAMING DAN KEPUASAN BERLANGGANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA APLIKASI NETFLIX

Yanti Susanti¹, Novelia Shaliha²

Universitas Yatsi Madani

yanti.susanti@uym.ac.id, noveliashaliha11@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas layanan streaming dan keputusan berlangganan terhadap kepuasan konsumen pada aplikasi Netflix. Kemajuan yang signifikan telah dicapai dalam berbagai aspek kehidupan di era teknologi digital atau Industri 4.0, termasuk sektor hiburan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei, di mana data dikumpulkan melalui kuisisioner yang melibatkan responden pengguna Netflix. Hasil penelitian berdasarkan uji spss menunjukkan bahwa kualitas layanan streaming (X1) dan keputusan berlangganan (X2) memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y). Netflix dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dengan terus meningkatkan kualitas layanan dan menawarkan fleksibilitas dalam paket berlangganan. Studi ini memberikan implikasi bagi perusahaan layanan streaming untuk berinovasi sesuai kebutuhan konsumen.

Kata Kunci: Layanan Streaming; Kepuasan Berlangganan; Keputusan Pembelian, Netflix.

ABSTRACT

This study aims to analyze the effect of streaming service quality and subscription decisions on consumer satisfaction with the Netflix application. Significant progress has been made in various aspects of life in the era of digital technology or Industry 4.0, including the entertainment sector. This research uses a quantitative approach with a survey method, where data is collected through questionnaires involving Netflix user respondents. The results of the study based on the spss test show that streaming service quality (X1) and subscription decisions (X2) have a significant influence on customer satisfaction (Y). Netflix can increase customer satisfaction by continuously improving service quality and offering flexibility in subscription plans. This study provides implications for streaming service companies to innovate according to consumer needs.

Keywords: Streaming Service; Subscription Satisfaction; Purchase Decision, Netflix.

PENDAHULUAN

Kemajuan yang signifikan telah dicapai dalam berbagai aspek kehidupan di era teknologi digital atau Industri 4.0, termasuk sektor hiburan. Evolusi sektor hiburan merupakan salah satu perkembangan yang terjadi di era 4.0. Film yang juga memanfaatkan kemajuan teknologi merupakan salah satu perkembangan yang terjadi. Seiring dengan meningkatnya jumlah pengguna layanan web di Indonesia, begitu pula dengan jumlah pengguna layanan streaming film. Di antara pilihan teratas untuk aplikasi layanan streaming video berbayar yang menawarkan berbagai koleksi film dan episode acara TV yang dibuat sendiri oleh Netflix. Mengacu pada Netflix, platform ini menghasilkan USD 33,7 juta pada tahun 2023 dan diprediksi akan tumbuh menjadi 282,68 juta pelanggan pada tahun 2024, meningkat 8,6% dari sekitar 260,28 juta anggota pada tahun 2023. Survei Populix menunjukkan bahwa Netflix adalah layanan video on-demand (VOD) yang paling populer diantara dua belas layanan Streaming Video on Demand (SvoD) yang diizinkan di Indonesia: Netflix, Disney+, YouTube, Viu, Vidio, We TV, HBO Go, Iflix, iQIYI, Goplay, Mola TV, dan Prime Video. Persentase pengguna tertinggi di Indonesia adalah 69%, diikuti oleh Disney+

di posisi kedua dengan 62% dan YouTube di posisi ketiga dengan 52% (Angelia, 2022). Statistik juga mengungkapkan bahwa meskipun masyarakat Indonesia memiliki berbagai pilihan dalam hal layanan streaming film, Netflix tetap menjadi pilihan yang paling populer (Amanda & Hijrah, 2024). Hal ini diperlukan untuk mempertahankan dan meningkatkan pertumbuhan pengguna. Untuk mempertahankan Netflix sebagai media streaming digital pilihan mereka, baik pengguna baru maupun pengguna lama harus merasa senang dan setia. Ada beberapa alasan mengapa Netflix lebih baik dari para pesaingnya. Perpustakaan konten terbesar, pilihan terluas, dan materi orisinal berkaliber terbaik adalah yang membuat Netflix menjadi yang terbaik. Selain keunggulannya, Netflix juga memiliki kekurangan. Keluhan yang paling umum di antara pengguna Netflix adalah kualitas layanannya yang masih buruk, terbukti dari kualitas video yang ditawarkan tidak konsisten (Muhammad et al., 2022). Netflix harus terus berinovasi untuk menjaga kesetiaan mereka agar tetap menjadi pilihan utama bagi konsumen. Salah satu layanan video-on-demand yang terkenal dan dapat diandalkan adalah Netflix. Oleh karena itu, tujuan dari penelitian ini adalah untuk menguji variabel-variabel yang berkaitan dengan kepuasan pelanggan Netflix dan kualitas layanan streaming (Meirandari et al., 2024). Mempertimbangkan deskripsi fenomena dan perbedaan dalam temuan studi yang latar belakang penelitian, peneliti melanjutkan untuk melakukan penelitian tambahan dengan judul pengaruh kualitas layanan streaming dan keputusan berlangganan terhadap kepuasan konsumen pada aplikasi Netflix.

METODE

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, yaitu Pengaruh Kualitas Layanan Streaming (X1), Keputusan Berlangganan (X2), Keputusan Konsumen (Y) yang diperoleh dengan metode survei untuk mengumpulkan data dari responden. Penjelasan rinci tentang metode penelitian adalah sebagai berikut:

1. Populasi dan Sampel

Populasi penelitian ini adalah pengguna aktif Netflix yang tersebar di berbagai wilayah. Sampel diambil menggunakan teknik purposive sampling, dengan kriteria responden berusia 18-35 tahun dan merupakan pelanggan aktif Netflix selama minimal tiga bulan terakhir. Rumus ini digunakan untuk menentukan jumlah sampel yang representative dari populasi.

$$n = N / 1 + (N + (e^2))$$

n: jumlah sampel

N: jumlah populasi

e: tingkat kesalahan (error tolerance), pada penelitian kali ini menggunakan 5% atau 0,05.

Penelitian ini menggunakan preferensi pengguna aktif netflix dengan Populasi 62,5 dan tingkat kesalahan 5% atau 0,5:

$$N = 62,5 \quad e = 0,05$$

$$N = 62,5 / 1 + (100 + 0,05^2)$$

$$= 62,5 / 1 + 0,25$$

$$= 62,5 / 1,25$$

$$= 50$$

2. Pengumpulan Data

Data primer dikumpulkan melalui kuisisioner yang dibagikan secara daring menggunakan platform survei online. Kuisisioner terdiri dari dua bagian utama: (1)

kualitas layanan streaming, dan (2) keputusan berlangganan, Setiap item diukur menggunakan skala Likert 5 poin (1 = sangat tidak setuju, 5 = sangat setuju).

3. Analisis Data

Data yang terkumpul dianalisis menggunakan metode statistik deskriptif (Variabel X1, X2, Y) yaitu validitas dan reliabilitas, Uji Regresi Linier Berganda, Uji Parsial (Uji T), Uji Simultan (Uji F), dan Uji Koefisien Determinasi yang digunakan untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan streaming dan keputusan berlangganan terhadap kepuasan konsumen. Pengolahan data dilakukan menggunakan perangkat lunak SPSS.

Penelitian ini diharapkan memberikan wawasan baru tentang bagaimana Netflix dapat meningkatkan strategi layanannya untuk memenuhi kebutuhan pelanggan di tengah persaingan yang semakin ketat.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Uji Regresi Linear Berganda

Model		Coefficients ^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	16.790	3.010		5.579	.000
	X1	1.288	.135	.597	9.564	.000
	X2	.972	.124	.491	7.862	.000

a. Dependent Variable: Y

Terlihat dari tabel di atas bahwa nilai konstanta (nilai α) sebesar 16,790, X1 (nilai β) sebesar 1,288 dan X2 (nilai β) sebesar 0,972. Dengan demikian, regresi linier berganda menghasilkan kesimpulan sebagai berikut: $Y = 16,790 + 1,288 X1 + 0,972 X2 + e$ Yang berarti:

1. Nilai konstanta Keputusan Pembelian (Y) sebesar 16,790, artinya keputusan pembelian sebesar 16,790 variabel X1 dan X2 sama dengan nol.
2. Koefisien X1 sebesar 1,288, menunjukkan bahwa 1,288 variabel meningkat setiap waktu.
3. Koefisien X2 sebesar 0,972 menunjukkan bahwa 0,972 variabel meningkat setiap waktu.

2. Uji T

Model		Coefficients ^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	16.790	3.010		5.579	.000
	X1	1.288	.135	.597	9.564	.000
	X2	.972	.124	.491	7.862	.000

a. Dependent Variable: Y

Berdasarkan tabel output SPSS "Coefficients" di atas diketahui nilai Signifikansi (Sig) variabel X1 adalah sebesar 0,000. Karena nilai Sig. 0,000 < probabilitas 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa H1 atau hipotesis pertama diterima. Artinya ada pengaruh X terhadap Y. Hal ini juga berlaku untuk X2 yaitu memiliki nilai Signifikansi (Sig) sebesar 0,000.

Karena nilai Sig. 0,000 < probabilitas 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa H2 atau hipotesis kedua diterima. Artinya ada pengaruh X2 terhadap Y.

Berdasarkan output SPSS di atas diketahui nilai t hitung variabel X1 adalah sebesar 9,564. Karena nilai t hitung 9,564 > t tabel 2,012, maka dapat disimpulkan bahwa H1 atau hipotesis pertama diterima. Artinya ada pengaruh X1 terhadap Y. Hal ini juga berlaku untuk variabel X2 adalah sebesar 7,862. Karena nilai t hitung 7,862 > t tabel 2,012, maka dapat disimpulkan bahwa H2 atau hipotesis kedua diterima. Artinya ada pengaruh X2 terhadap Y.

3. Uji F

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	400.114	2	200.057	134.696	.000 ^b
	Residual	69.806	47	1.485		
	Total	469.920	49			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X2, X1

Berdasarkan tabel output SPSS di atas, diketahui nilai Sig. Adalah sebesar 0,000. Karena nilai Sig. 0,000 < 0,05, maka sesuai dengan dasar pengambilan keputusan dalam uji F dapat disimpulkan bahwa hipotesis diterima atau dengan kata lain X (X1 dan X2) secara simultan berpengaruh terhadap Y.

Berdasarkan tabel output SPSS di atas, diketahui nilai F hitung adalah sebesar 134,696. Karena nilai F hitung 134,696 > F tabel 4,043, maka sebagaimana dasar pengambilan keputusan dalam uji F dapat disimpulkan bahwa hipotesis diterima atau dengan kata lain X (X1 dan X2) secara simultan berpengaruh terhadap Y.

4. Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.923 ^a	.851	.845	1.219

a. Predictors: (Constant), X2, X1

Berdasarkan tabel output SPSS "Model Summary" di atas, diketahui nilai koefisien determinasi atau R Square adalah sebesar 0,851. Nilai R Square 0,851 ini berasal dari pengkuadratan nilai koefisien korelasi atau "R", yaitu $0,923 \times 0,923 = 0,851$. Besarnya angka koefisien determinasi (R Square) adalah 0,853 atau sama dengan 85,3%. Angka tersebut mengandung arti bahwa variabel X (X1 dan X2) secara simultan (bersama-sama) berpengaruh terhadap variabel Y sebesar 85,3%. Sedangkan sisanya ($100\% - 85,3\% = 14,7\%$) dipengaruhi oleh variabel lain di luar persamaan regresi ini atau variabel yang tidak diteliti.

PEMBAHASAN

Pengaruh Kualitas Layanan Streaming (X1) terhadap Keputusan Konsumen (Y)

Hipotesis pertama yang menyatakan kualitas layanan streaming berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian diterima berdasarkan hasil uji pengaruh kualitas layanan

streaming (X1) terhadap keputusan pembelian (Y) yang menunjukkan nilai B positif 1,288 dan Sig (2-tailed) adalah $0,000 < 0,05$. Seseorang akan melakukan lebih banyak pembelian jika kualitas layanan streaming semakin baik. Temuan penelitian menunjukkan bahwa keinginan seseorang untuk berlangganan Netflix dipengaruhi secara signifikan oleh kualitas layanan streaming. Hasil serupa juga ditemukan oleh (Apriyanti & Terenggana, 2024). Berdasarkan hasil pengujian hipotesis diketahui faktor kualitas layanan streaming mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Pengaruh Kepuasan Berlangganan (X2) terhadap Keputusan Konsumen (Y)

Hipotesis kedua yang menyatakan kepuasan berlangganan berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian diterima berdasarkan hasil uji pengaruh kepuasan berlangganan (X1) terhadap keputusan pembelian (Y) yang menunjukkan nilai B positif 0,972 dan Sig (2-tailed) adalah $0,000 < 0,05$. Seseorang akan melakukan lebih banyak pembelian jika mereka merasakan adanya kepuasan dalam berlangganan. Temuan penelitian menunjukkan bahwa keinginan seseorang untuk berlangganan Netflix dipengaruhi secara signifikan oleh kepuasan berlangganan. Hasil sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Meirandari et al., 2024). Berdasarkan hasil pengujian hipotesis diketahui kepuasan berlangganan mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

SIMPULAN

Pengujian dengan menggunakan uji validitas dan reliabilitas, uji regresi linier berganda, uji parsial (uji T), uji simultan (uji F), dan uji koefisien determinasi menunjukkan bahwa terdapat pengaruh kualitas layanan streaming (X1) dan kepuasan berlangganan (X2), yang secara bersama-sama berdampak pada keputusan pembelian (Y). Kesimpulan ini didukung oleh hasil penelitian dan diskusi tentang bagaimana keputusan pembelian Netflix dipengaruhi oleh kualitas layanan streaming dan kepuasan pelanggan. Menurut temuan sejauh ini, dua aspek penelitian yang secara positif mempengaruhi kepuasan konsumen adalah kualitas layanan streaming dan kepuasan berlangganan. Hubungan yang menguntungkan antara kepuasan pelanggan dan kualitas layanan streaming memiliki dampak yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Teori yang disarankan didukung oleh temuan penelitian.

DAFTAR PUSTAKA

- Amanda, F., & Hijrah, L. (2024). The effect of price promotions and service quality on customer loyalty through customer satisfaction on netflix users in samarinda city. *COSTING: Journal of Economic, Business and Accounting*, 7.
- Apriyanti, H., & Terenggana, C. A. (2024). Pengaruh Lifestyle dan E-Service Quality terhadap Keputusan Pembelian Netflix pada Generasi Z Produk Konten Berbayar Dengan Presentase Pengguna Internet Tertinggi. *Jurnal Ilmiah Manajemen Forkamma*, 8(1), 48–59. <https://doi.org/10.32493/frkm.v8i1.45129>
- Meirandari, A. B., Nastiti, H., & M, B. D. (2024). Analisis Keputusan Berlangganan Aplikasi Netflix Di Area Jabodetabek. *Jurnal IKRAITH-EKONOMIKA*, 7(2), 51–64.
- Muhammad, J., Pujiyanto, E., Fahma, F., & Randolph, M. (2022). Analisis Pengaruh

ARTIKEL PENELITIAN

JEDBUS (Journal of Economic and Digital Business) Vol. 2 No. 1 (2025)

Kualitas Layanan terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan pada Sistem Pembayaran Netflix. *Performa: Media Ilmiah Teknik Industri*, 21(2), 168–178.